

SCENARIO

## Assicurazioni, il vento cambia: sul mercato polizze più innovative

Si tratta di un nuovo, ancora timido, sguardo che le compagnie rivolgono alle aziende dei settori di punta del sistema paese, cercando di assicurarne i rischi che ne possono mettere a repentaglio uno sviluppo duraturo e consolidato. Ma occorre dotarsi di adeguate risorse umane e competenze tecniche per far fronte a queste novità

di **CLAUDIO CACCIAMANI**

**I**n Albachiaro Vasco Rossi canta «non metti mai niente che possa attirare attenzione, un particolare, solo per farti guardare». In realtà, negli ultimi mesi, il mercato assicurativo sta iniziando a proporre polizze specifiche e innovative,

anche se non ancora oggetto dell'attenzione che meritano da parte del mercato e delle Autorità pubbliche e politiche.

**Il fenomeno, da un lato, va visto positivamente, dall'altro, merita una riflessione sui fattori che ne favoriscano il successo in modo duraturo. Innanzitutto, va evidenziato come anche nel 2016 il mercato del ramo danni manifesti un decremento che, se non corretto mediante incisive azioni strategiche, diviene irreversibile. La competizione nel settore auto e nei principali rami elementari è sempre più accesa essendo, peraltro, noto che non si possono più offrire prodotti assicurativi implicitamente congiunti o in abbinamento tout court a strumenti finanziari, data la necessità di una sempre più trasparente offerta al cliente. In questo scenario, iniziano presentarsi sul**



**Claudio Cacciamani**  
Professore ordinario di Economia degli intermediari finanziari all'università degli studi di Parma

mercato polizze che coprono specifici rischi, tipici essenzialmente del sistema economico «Italia». Tra le altre, tali sono alcune polizze innovative nel campo dell'agricoltura e del food, quelle di responsabilità civile su prodotti ad alta tecnologia, quelle nel campo dei beni intangibili, così come quelle tese ad assicurare, fidelizzando, i *key men* aziendali, spesso vitali nelle aziende creative e innovative come quelle nazionali. In termini più ampi, si tratta di un nuovo, ancora timido, sguardo che le compagnie rivolgono alle aziende dei settori di punta del Sistema Paese, cercando di assicurarne i rischi che ne possono mettere a repentaglio uno sviluppo duraturo e consolidato. Se tutto questo non può che essere visto con favore, d'altro canto, vanno analizzate le condizioni per il consolidamento della crescita di tale segmento. In

primo luogo, tali coperture richiedono un intervento consulenziale rilevante a favore del cliente. Per questo, sia le compagnie sia gli intermediari devono dotarsi di adeguate risorse umane e competenze tecniche. In ciò, l'investimento in termini di formazione deve assolutamente precedere in modo puntuale l'offerta, pena un pericoloso effetto boomerang. Secondariamente, è opportuno che per tali rischi vi sia una capacità riassicurativa di rilievo, dati i sinistri potenzialmente anche ingenti che, in alcuni casi, possono originarsi da queste coperture. Si pensi alla responsabilità civile su prodotti ad alta tecnologia, all'ipotesi di *tampering* nel food and beverage, al rischio di perdita di know how e competenze delle persone chiave aziendali. In terzo luogo, diventa imprescindibile un coinvolgimento non solo e non tanto di intermediari e aziende clienti, ma anche delle loro associazioni di categoria, in grado, da un lato, di veicolare l'informazione a tutti i potenziali interessati, dall'altro, di fornire feedback essenziali sull'efficacia e sulle possibilità di miglioramento delle polizze. In tale modo, si potrebbe innescare un processo continuo di miglioramento dell'offerta, con tutto vantaggio per la fidelizzazione del cliente e l'ottimizzazione del rapporto tecnico per la compa-

gnia. In quarta istanza, diventa opportuna un' informativa al vasto pubblico del modo in cui il comparto assicurativo stia sostenendo il sistema produttivo del paese nei suoi settori di punta.

**Ciò contribuirebbe a innalzare il livello di apprezzamento delle compagnie** da parte del pubblico, che spesso le associa esclusivamente al ramo auto quale soggetto che impone una tassa da pagare. Infine, a livello organizzativo è imprescindibile verificare se e quanto tali coperture meritino veri e propri team interni aziendali. Infatti, esse, se offerte in volumi esigui, non sono in grado di fornire un'adeguata copertura dei costi gestionali, ma, dall'altra parte, masse di rilievo e con alto valore aggiunto per il cliente possono essere raggiunte solo con adeguate competenze di un team dedicato. In *Una canzone per te* sempre Vasco Rossi asserisce che le sue canzoni «nascono da sole» già con le parole. Se tale è il processo di nascita e crescita della gran parte delle aziende e dei settori di punta nazionali a cui ancora oggi si assiste, nati da soli solo per grande spirito imprenditoriale, è un buon segno che il comparto assicurativo inizi a proteggerli con efficacia, meritando in ciò grande riconoscenza dal paese. ■